

ANALISIS GAYA HIDUP *FULFIELD* DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMILIHAN JASA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR (LBB) DI SURABAYA SELATAN

Riska Amalia dan Saino

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

e-mail : riska_lea@yahoo.com

Abstract

Increasing of learning standart and graduating in national examination make learning education institution to be important. learning guidance institution is one effective way to help students to study. About increasing of kind and amount of learning education institution in surabaya, make parents who have fulfield life style more slective to choose good quality learning education institution. Goal of this researchis to know the effect of fulfield life style to decision making to using learning education istitution in south Surabaya. This research use quantitative approach with purposive sampling as many as 135 people who trust their children educated by four learning education institution in south Sirabaya which will be destination to distributing quetionare. With use data analisys regration simple linear. The rustl of thisresearch show tht fulfield life style has signifcint influence to decision choose learning education institution service in south Surabaya with determination coeficient value 0,404. It has positive inluence which shown by positive determination value and medium category. It means morre positive fulfield life style, so influence to decision to choose learning education institution will increase.

Keywords: *Fulfield life style, decision of choosing service, learning education institution.*

Abstrak

Meningkatnya standar pembelajaran serta kelulusan pada ujian nasional membuat lembaga bimbingan belajar menjadi sangat penting. Lembaga bimbingan belajar merupakan salah satu cara yang efektif untuk dapat membantu kesulitan-kesulitan belajar yang dihadapi oleh siswa. Dengan semakin bertambahnya jenis lembaga bimbingan belajar dan lembaga privat terutama di surabaya, membuat orang tua terutama yang memiliki gaya hidup *fulfield* menjadi lebih selektif dalam memilih jenis bimbingan belajar berkualitas baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh gaya hidup *fulfield* dalam pengambilan keputusan penggunaan jasa lembaga bimbingan belajar (LBB) di Surabaya Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel yang diambil secara purposive sebanyak 135 orang tua yang mempercayakan anaknya dibimbing di empat lembaga bimbingan belajar di Surabaya Selatan yang akan menjadi tujuan penyebaran angket. Dengan menggunakan analisis data regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup *fulfield* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di Surabaya Selatan, dengan nilai koefisien determinasi 0,404. Pengaruh yang terjadi adalah pengaruh positif yang ditunjukkan dari nilai koefisien determinasi yang bertanda positif dan tergolong sedang. Hal ini berarti semakin positif tingkat gaya hidup *fulfield*, maka semakin mempengaruhi keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar.

Kata Kunci : Gaya hidup *fulfield*, Keputusan pemilihan jasa, lembaga bimbingan belajar

PENDAHULUAN

Pada saat ini dengan berkembangnya jaman dan bertambah majunya teknologi juga dapat mempengaruhi berkembangnya dunia pendidikan. Adanya tuntutan standar nilai kelulusan lewat ujian nasional yang di buat oleh Depdiknas beberapa tahun belakangan ini dan setiap tahunnya mengalami kenaikan standar yang tentunya dirasa berat bagi para siswa (Syaifudin,2008). Adanya celah dalam sistem penyelenggaraan pendidikan nasional tersebut menjadi alasan berdirinya banyak lembaga bimbingan belajar.

Munculnya lembaga bimbingan belajar juga dikarenakan masih ada sekolah yang tidak melakukan proses pembelajaran yang tepat untuk diterapkan kepada siswanya. Berkembangnya bisnis jasa lembaga bimbingan belajar ini karena selain siswa belajar di sekolah, siswa juga dituntut untuk belajar di rumah agar siswa tersebut tidak ketinggalan dengan materi pelajarannya.

Bertambah sulitnya materi yang diberikan dari sekolah yang membuat siswa untuk belajar lebih giat lagi untuk memahami semua materi di kelas. Kenyataannya banyak orang tua yang kesulitan mendampingi anaknya belajar di rumah karena pelajaran anaknya yang belum tentu dipahami oleh orang tuanya atau orang tuanya sibuk dengan aktivitas sehari-harinya sehingga tidak bisa mendampingi anaknya belajar. Menurut Haryanto (2014) menyatakan bahwa orang tua memasukkan anaknya ke lembaga bimbingan belajar sebagai upaya yang sejalan dengan peran tanggung jawab orang tua dalam memberikan pendidikan di rumah, karena orang tuanya sibuk maka melimpahkan pada lembaga bimbingan

belajar merupakan salah satu cara meningkatkan nilai ketuntasan anak. Orang tua selaku informan menyerahkan pada lembaga yang benar-benar bergerak dalam upaya meningkatkan nilai ketuntasan anak, sehingga diharapkan akan mendapatkan hasil yang maksimal.

Orang tua bertanggung jawab membiayai pendidikan anaknya. Secara logika, pendidikan seorang anak itu tidak terlepas dari keadaan sosial ekonomi orang tua. Apabila keadaan sosial ekonomi orang tua rendah secara material untuk menyediakan fasilitas pendukung pendidikan anak sangat rendah, maka pendidikan anak tergantung pada keadaan sosial ekonomi orang tua. Keadaan ekonomi dan status sosial orangtua sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan anak-anak terutama dalam hal belajar. Orang tua yang mempunyai status ekonomi sosial yang tinggi akan memberikan kesempatan kepada anak untuk dapat mengembangkan dirinya, sebaliknya orangtua yang mempunyai status ekonomi sosial yang rendah tidak akan memberikan kesempatan kepada anaknya untuk mengembangkan dirinya dikarenakan terbatasnya tingkat ekonomi dan sosialnya (Syafrina, 2013).

Selain itu pendidikan orang tua juga berpengaruh terhadap pola perkembangan anak. Tingkat pendidikan orang tua akan memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan orientasi pendidikan yang diberikan kepada anaknya. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki oleh orang tua maka akan semakin memperluas dan melengkapi pola berpikir dalam mendidik anaknya terutama untuk meningkatkan pendidikan bagi anaknya.

Menurut Dwiningrum (2011:228) mengatakan bahwa pada proses

eksternalisasi sesungguhnya orang tua mencurahkan tenaga dan pikiran untuk membantu anak-anaknya yang pada prakteknya tidak bisa berhenti dari proses pencurahan diri ke dalam perannya. Maksud dari proses pencurahan adalah bentuk dari upaya untuk menyampaikan suatu maksud, akal, pikiran, ikhtiar untuk mencapai tujuan tertentu, orang dengan berbagai cara agar anaknya bisa berhasil dalam menyelesaikan sekolahnya (Haryanto, 2014). Oleh karena itu dalam memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar orang tua khususnya di wilayah Surabaya selatan juga membutuhkan waktu yang lama dalam memilih lembaga bimbingan belajar yang akan digunakannya. Hal ini berpengaruh terhadap gaya hidup orang tua itu sendiri untuk mengekspresikan pola kehidupannya dalam aktivitas, interest, dan opini orang tersebut (Kotler, 2002:192).

Selain itu terdapat karakteristik gaya hidup konsumen kelompok menurut VALS (*Value and Lifestyle*) yang disegmenkan menjadi 8 kelompok gaya hidup antara lain; *Actualizer, Fulfield, Believers, Achiever, Striver, Struggeler, Experienter, Maker*. Dari karakteristik inilah yang akan membedakan gaya hidup konsumen yang satu dengan gaya hidup konsumen yang lain (SRI International : 2005). Pada tahun 1989, VALS didefinisikan kembali untuk memaksimalkan kemampuannya untuk memprediksi preferensi konsumen dan pilihan, sistem VALS saat ini menciptakan hubungan eksplicit antara sifat – sifat kepribadian dan perilaku pembelian (Roby Wing-kei NG :2003).

Berdasarkan fenomena tersebut dalam segmentasi gaya hidup menurut VALS 2 penelitian ini lebih mengarah pada kelompok *fulfield*. Karena kelompok ini

memiliki karakteristik yang sesuai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut; memiliki pendapatan tinggi, memiliki sifat lebih dewasa dan bertanggung jawab, serta berpendidikan. Kegiatan kelompok *fulfield* terpusat pada rumah tapi tetap terbuka terhadap ide-ide baru dan perubahan sosial. Kelompok *fulfield* menghargai pendidikan, perjalanan, dan sadar akan pentingnya kesehatan (Assael, 1995:402). Dibandingkan dengan gaya hidup kelompok lainnya, hanya kelompok *fulfield* yang lebih menghargai pendidikan. Menerima semua ide-ide baru dan perubahan yang terjadi di sekitar lingkungan kelompok *fulfield*. Memiliki sikap yang dewasa dan bertanggung jawab terhadap segala keputusannya. Dalam hal keputusan pembelian kelompok *fulfield* lebih cenderung memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan prinsip dan berorientasi pada nilai praktis yang ada produk tertentu. Membentuk pilihan berdasarkan kepercayaan dan bukan perasaan, peristiwa yang akan terjadi pada masa yang akan datang atau keinginan untuk memperoleh persetujuan orang lain terlebih dahulu. Dalam hal ini konsumen dengan gaya hidup ini selalu mencari produk-produk yang dianggapnya dapat berfungsi maksimal agar dapat memenuhi kebutuhannya dalam bidang apapun. (Fauziah:2013). Konsumen yang bergaya hidup *fulfield* sangat menghargai pendidikan, karena pendidikan merupakan sesuatu hal terpenting bagi kehidupan di masa depan. Oleh karena itu orang tua akan memutuskan memilih jasa lembaga bimbingan belajar untuk anaknya agar dapat membantu anaknya dalam proses mencapai pendidikan yang paling tinggi yang berorientasi terhadap kegunaan suatu lembaga bimbingan belajar.

Banyak orang menilai keberhasilan dalam pendidikan ditentukan oleh seberapa besar nilai yang didapat dan seberapa bergengsinya lembaga bimbingan belajar sebagai tempat menuntut ilmu. Akibatnya banyak masyarakat khususnya orang tua berusaha mencari, memilih dan memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar agar memperoleh hasil yang memuaskan ketika ujian dan berhasil masuk ke sekolah maupun universitas yang diinginkan. Dalam memutuskan pemilihan suatu jasa lembaga bimbingan belajar dapat mempengaruhi perilaku orang tua dalam melakukan aktivitasnya sebelum memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar mana yang sesuai dengan kebutuhan anaknya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan penelitian adalah:

Apakah ada pengaruh gaya hidup *fulfield* dalam pengambilan keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar (LBB) di Surabaya Selatan ?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh gaya hidup *fulfield* dalam pengambilan keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar (LBB) di Surabaya Selatan..

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Menurut Engel, et al. (1994:3) mendefinisikan perilaku konsumen

yang menyatakan bahwa: Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Lain halnya Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2002:25) mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Sedangkan Menurut Lamb, Hair dan Mc.Daniel menyatakan bahwa: Perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. (Rangkuti,2002:91).

Model Perilaku Konsumen

Model perilaku konsumen adalah suatu skema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktivitas – aktivitas konsumen (Mangkunegara, 2002:21). Terdapat dua tujuan utama dari sebuah model, yaitu untuk mengembangkan teori dalam penelitian perilaku konsumen dan mempermudah dalam mempelajari apa yang telah diketahui mengenai perilaku konsumen (Mangkunegara, 2002:21)

Model perilaku konsumen yang selama ini dikenal dalam teori

pemasaran adalah model perilaku konsumen Philip Kotler yang menekankan pada rangsangan bauran pemasaran (marketing mix) serta rangsangan-rangsangan yang lain. Salah satu model perilaku konsumen yang membedakan model – model perilaku konsumen lainnya yaitu atas dasar situasi yang dihadapinya adalah model Engel, Blackwell, dan Miniard (Engel dkk, 1995:141). Komponen dasar model ini adalah stimulus, proses informasi, proses pengambilan keputusan, dan variabel yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam membuat keputusan perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2010: 213-214) terdiri atas :

1. Faktor Sosial

a. Group

Sikap dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak grup-grup kecil. Kelompok dimana orang tersebut berada yang mempunyai pengaruh langsung disebut membership group.

b. Pengaruh Keluarga

Keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk dan servis yang berbeda.

c. Peran dan Status

Seseorang memiliki beberapa kelompok seperti keluarga,

perkumpulan-perkumpulan, organisasi. Sebuah role terdiri dari aktivitas yang diharapkan pada seseorang untuk dilakukan sesuai dengan orang-orang di sekitarnya. Tiap peran membawa sebuah status yang merefleksikan penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat

2. Faktor Personal

a. Situasi Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu

b. Gaya Hidup

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Personality adalah karakteristik unik dari psikologi yang memimpin kepada kestabilan dan respon terus menerus terhadap lingkungan orang itu sendiri. Tiap orang memiliki gambaran diri yang kompleks, dan perilaku seseorang cenderung konsisten dengan konsep diri tersebut

d. Umur dan Siklus Hidup

Orang-orang merubah barang dan jasa yang dibeli seiring dengan siklus kehidupannya. Rasa

makanan, baju-baju, perabot, dan rekreasi seringkali berhubungan dengan umur, membeli juga dibentuk oleh family life cycle. Faktor-faktor penting yang berhubungan dengan umur sering diperhatikan oleh para pelaku pasar. Ini mungkin dikarenakan oleh perbedaan yang besar dalam umur antara orang-orang yang menentukan strategi marketing dan orang-orang yang membeli produk atau servis.

e. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli. Contohnya, pekerja konstruksi sering membeli makan siang dari catering yang datang ke tempat kerja. Bisnis eksekutif, membeli makan siang dari full service restoran, sedangkan pekerja kantor membawa makan siangnya dari rumah atau membeli dari restoran cepat saji terdekat.

3. Faktor Psikologi

a. Motivasi

Kebutuhan yang mendesak untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan dari kebutuhan. Berdasarkan teori Maslow, seseorang dikendalikan oleh suatu kebutuhan pada suatu waktu. Kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hierarki, dari yang paling mendesak sampai paling tidak mendesak (kebutuhan psikologikal, keamanan, sosial, harga diri, pengaktualisasian diri).

b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi,

dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti dari dunia. Orang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama.

c. Pembelajaran

Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai feedback bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama

d. Beliefs and Attitude

Beliefs adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Beliefs dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman. Sedangkan attitudes adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang pada sebuah obyek atau ide

4. Faktor Kebudayaan

Nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari seseorang melalui keluarga dan lembaga penting lainnya. Penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Culture, mengkompromikan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari seseorang

secara terus-menerus dalam sebuah lingkungan.

a. Subkultur

Sekelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan persamaan pengalaman hidup dan keadaan, seperti kebangsaan, agama, dan daerah (Kotler, Armstrong, 2006, p.130).

b. Kelas Sosial

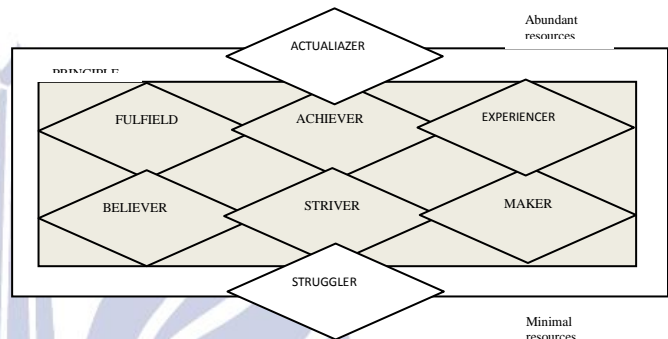
Pengelompokan individu berdasarkan kesamaan nilai, minat, dan perilaku. Kelompok sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja misalnya pendapatan, tetapi ditentukan juga oleh pekerjaan, pendidikan, kekayaan, dan lainnya.

Gaya Hidup

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku konsumen yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada dalam alam pikir konsumen yang cenderung berbau dengan masalah emosi dan psikologi konsumen. Menurut Kotler (2002:192) gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Engel (1995 : 383) gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup juga merupakan konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen. Kasali (2001:91) mendefinisikan bahwa: Gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Secara luas Nugroho (2010:77) mendefinisikan

bahwa: Gaya hidup adalah sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan), dan apa yang mereka perkiraan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat).

Pengukuran Gaya Hidup VALS II



Delapan kelompok gaya hidup yang dimaksud dalam gambar 2.4 dalam VALS 2, yaitu:

1. *Actualizer* : Mempunyai pendapatan yang paling tinggi dan harga diri yang tinggi. Mereka mempunyai rentang minat yang luas pada berbagai bidang dan terbuka pada perubahan. Mereka membeli produk untuk mencapai yang terbaik dalam hidup.
2. *Fulfield* : Berpendapatan tinggi, dewasa, bertanggung jawab, mempunyai pendidikan tinggi dalam bidang profesional. Mereka memusatkan kegiatan dirumah, tetapi terbuka pada gagasan baru dan perubahan. Mereka menghargai pendidikan dan travel, dan juga mempunyai kesadaran pada kesehatan.
3. *Believers* : Agak kurang kaya, mereka lebih tradisional daripada

fulfield. Mereka hidup terpusat pada keluarga, pergi ke masjid, kerja, kelompok, dan negara. Mereka menghargai peraturan.

4. *Achiever* : Fokus karier dan keluarga, hubungan sosial formal, menghindari perubahan berlebihan, banyak kerja kurang rekreasi, politik konservatif.
5. *Striver* : Minat sempit, mudah bosan, agak terkucil, ingin diakui oleh kelompok, tak peduli kesehatan dan tak peduli politik.
6. *Struggler* : Minat terbatas, kegiatan terbatas, cari rasa aman, kesehatan bermasalah, konservatif dan tradisional, memegang agama.
7. *Experiencer* : Senang yang baru, aneh dan berisiko, senang olahraga, sosialisasi udara luar, peduli tentang diri, tidak sama dengan konformis, kagum kekayaan, kekuasaan, ketenaran, dan tak peduli politik.
8. *Maker* : Menikmati alam, kegiatan fisik, waktu luang dengan kalangan dan teman dekat menghindari orang, mencemooh politisi, orang asing, dan konglomerat.

Instrumen VALS tersebut bisa dipakai untuk mengidentifikasi kelompok konsumen pada suatu masyarakat. Secara vertikal, kelompok dibagi berdasarkan sumber dayanya (pendapatan, pendidikan, keinginan kuat untuk membeli). Vertikal bawah menunjukkan sumber daya yang kecil, vertikal atas menunjukkan sumber daya yang banyak. Pada garis horizontal, konsumen dibagi berdasarkan orientasi diri (*self-orientation*). Orientasi diri dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu; orientasi prinsip (*principle orientation*), orientasi status (*status orientation*), dan orientasi tindakan (*action orientation*). Konsumen yang

memiliki orientasi prinsip akan membuat keputusan pembelian berdasarkan kepada kepercayaan (belief system), mereka mengabaikan pandangan orang lain. Konsumen dengan orientasi status akan mempertimbangkan pendapat orang lain ketika melakukan pembelian produk. Sedangkan untuk konsumen yang berorientasi tindakan akan memutuskan pembelian produk yang memberikan dampak terhadap orang – orang di sekelilingnya.

Karakteristik Gaya Hidup *Fulfield*

Dalam Nugroho S (2010:84) *fulfield* adalah Berpendapatan tinggi, dewasa, bertanggung jawab, mempunyai pendidikan tinggi dalam bidang profesional. Mereka memusatkan kegiatan dirumah, tetapi terbuka pada gagasan baru dan perubahan. Mereka menghargai pendidikan dan travel, dan juga mempunyai kesadaran pada kesehatan. Pada gambar 2.4 diatas berada pada posisi vertikal atas yang menunjukkan sumber daya yang dimiliki banyak (pendapatan, pendidikan, keinginan kuat untuk membeli). Dan termasuk pada garis horizontal yang berorientasi pada prinsip (*principle orientation*). Konsumen yang memiliki orientasi prinsip akan membuat keputusan pembelian berdasarkan kepada kepercayaan (belief system), mereka mengabaikan pandangan orang lain.

Berdasarkan segmentasi gaya hidup dan klasifikasi VALS 2 dan sesuai dengan ciri-cirinya, karakteristik gaya hidup *fulfield* menurut Nugroho S (2010:84) adalah sebagai berikut :

a) Berorientasi Pada Prinsip

Prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan

oleh seseorang/ kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. Sebuah prinsip merupakan roh dari sebuah perkembangan ataupun perubahan, dan merupakan akumulasi dari pengalaman ataupun pemaknaan oleh sebuah obyek atau subyek tertentu. Pada gaya hidup *fulfield*, memiliki sebuah prinsip yang tidak bisa diubah oleh orang lain. Memiliki pendapat akan sesuatu hal yang diyakini baik untuk hidupnya dan keluarganya.

b) Memiliki Sifat Dewasa dan Bertanggung Jawab

Ciri gaya hidup *fulfield* salah satunya adalah bersikap dewasa dan bertanggung jawab. Hal tersebut terlihat dari cara berfikir, cara berbicara, cara bersikap, cara bertingkah laku, dan juga cara menempatkan dirinya. Selain itu sikap yang ditunjukkan adalah sikap tanggung jawab yang artinya merupakan kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatannya yang di sengaja maupun yang tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti berbuat sebagai perwujudan kesadaran akan kewajiban. Memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap keluarganya, bertanggung jawab atas hidup dan pendidikan keluarganya.

c) Menghargai Pendidikan

Gaya hidup *fulfield* sangat menghargai adanya pendidikan, mereka mengutamakan pendidikan yang terbaik untuk keluarganya. Pendidikan memiliki impek yang besar ke atas sebagai peluang kehidupan manusia untuk memperoleh dan meningkatkan

kualitas kehidupan. Pendidikan membantu membina keyakinan diri untuk berhadapan dengan dunianya, menikmati kehidupan disekitarnya, serta memahami diri sendiri. Pendidikan tidak hanya diperoleh di sekolah atau pendidikan formal saja, tapi juga pendidikan non formal yang dapat mendukung meningkatkan pendidikan formal. Untuk mencapai prestasi terbaik di dalam kelas, seorang siswa akan belajar dengan giat untuk mencapai prestasi yang diinginkan. Tidak cukup hanya belajar di dalam ruang kelas namun juga mengikuti lembaga bimbingan belajar.

d) Memusatkan Kegiatan Dirumah

Di dalam gaya hidup *fulfield*, memusatkan kegiatannya banyak dilakukan dirumah karena lebih mementingkan keluarga dari pada pekerjaan. Setelah waktunya cukup untuk bekerja mencari uang, maka akan lebih memilih berkumpul dengan keluarganya. Melakukan rekreasi atau sekedar melakukan sesuatu hal bersama keluarga. Demi keluarganya, para orang tua akan memberikan yang terbaik baik anaknya dalam segala bidang yang positif terutama untuk meningkatkan pendidikan.

e) Terbuka Pada Perubahan

Dengan berkembangnya jaman dan semakin majunya teknologi yang mempengaruhi dunia pendidikan. Menerima segala perubahan yang terjadi, khususnya di bidang pendidikan yang semakin lama menuntut siswa untuk belajar lebih giat lagi agar tidak ketinggalan

dengan materi yang diterima disekolah. Oleh karena itu yang memiliki gaya hidup *fulfield* akan mengikuti perkembangan perubahan dengan cara memutuskan memilih jasa lembaga bimbingan belajar bagi anaknya

- f) Membeli Produk atau Jasa Berdasarkan Nilai Kegunaan.

Pengambilan keputusan suatu produk atau jasa pada gaya hidup *fulfield* selalu mengutamakan nilai kegunaan yang terkandung pada suatu produk atau jasa tertentu. Menentukan produk atau jasa yang dapat memberikan nilai maksimal dalam memenuhi kehidupannya.

Keputusan Pembelian

Pengertian Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler dan Amstrong (2010:226) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar – benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Tahap-tahap proses pengambilan keputusan pembelian sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan ada yang kompleks. Hawkins et al (1992) dan Engel et al (1990) dalam Tjiptono (2008:20) membagi proses pengambilan keputusan ke dalam tiga jenis tipe yaitu:

1. Pengambilan Keputusan yang Luas (*Extended decision making*)

Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis

pengambilan keputusan yang paling lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk.

2. Pengambilan Keputusan yang Terbatas (*Limited decision making*).

Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenali masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut.

3. Pengambilan Keputusan yang bersifat kebiasaan (*Habitual decision making*)

Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana, yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek favorit atau kegemarannya tanpa evaluasi alternatif.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian diskriptif. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar. Penelitian ini dilaksanakan di empat lembaga bimbingan belajar di Surabaya selatan yang sudah terpilih sebagai obyek penelitian.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah orang tua Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang telah memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di lembaga bimbingan belajar yang menjadi obyek penelitian sebanyak 220 siswa. Maka menurut Sugiyono (2011:87) dengan taraf kesalahan 5%, jumlah sampel yang diambil sebanyak 135 sampel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan adalah *sampling purposive*. Dalam Sugiyono (2012:124) *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu orang tua yang telah memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar bagi anaknya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Perhitungan analisis data menggunakan bantuan program computer pengolah statistik SPSS ver 16 for windows dengan hubungan variabel dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a= Nilai Y ketika nilai X = 0 (nilai konstan)

b= Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel

dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen.

X= Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Langkah berikutnya adalah dengan melihat koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (R Square). Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu gaya hidup *fulfield* (X) menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pemilihan jasa (Y), dapat dilakukan dengan melihat besarnya koefisien determinasi pada hasil persamaan regresi linier sederhana.

Untuk menguji hipotesis digunakan alat uji statistik guna mengetahui pengaruh kedua variabel menggunakan Uji t. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh-pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Taraf nyata yang digunakan (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan : $df = (k), (n-2)$. Bila nilai probabilitas dari t_{hitung} kurang dari 5% maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a maka berarti secara parsial variabel-variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak. Sebaliknya bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Persamaan regresi sederhana dari gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di Surabaya Selatan sebagai berikut:

$$Y = 6,820 + 0,334X$$

Berdasarkan pada model regresi sederhana di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Nilai Konstanta

Konstanta sebesar 6,820 menunjukkan keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar ketika variabel gaya hidup *fulfield* sama dengan nol atau ketika tingkat gaya hidup *fulfield* itu tidak ada sama sekali, maka keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar tetap ada sebesar 6,820. Karena masih ada keluarga (kelompok) lainnya yang masih mampu untuk membiayai anaknya ke sekolah non formal. Artinya, walaupun orang tua bukan dari keluarga (kelompok) yang berkecukupan, namun orang tua masih tetap memutuskan memilih jasa lembaga bimbingan belajar

Koefisien Regresi Variabel X

Koefisien variabel gaya hidup *fulfield* adalah sebesar 0,334. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel gaya hidup *fulfield* meningkat satu satuan maka keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar akan meningkat sebesar 0,334 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan. Artinya, jika lembaga bimbingan belajar melibatkan orang tua yang bergaya hidup *fulfield* dalam pengambilan kebijakan peraturan lembaga bimbingan belajar, maka orang tua siswa tersebut akan merekomendasikan lembaga bimbingan belajar kepada orang lain. Tanda positif pada koefisien regresi menunjukkan hubungan yang searah antara gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga

bimbingan belajar yang artinya semakin positif tingkat gaya hidup *fulfield*, maka akan lebih mempengaruhi keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar. Orang tua akan lebih memilih lembaga bimbingan belajar yang berkualitas dalam proses pembelajaran dan pengajarannya.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.404	.400	2.04329

Hasil dari analisis regresi sederhana di atas menunjukkan angka R square atau koefisien determinasi sebesar 0,404 atau sama dengan 40,4% ($r^2 \times 100\%$). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat korelasi antara gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan jasa tergolong sedang. Yang berarti bahwa gaya hidup dalam pengambilan keputusan pemilihan jasa hanya sebanyak 40,4%, sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations		Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Tolerance VIF
1 (Constant)	6.820	1.600		4.263	.000	3.655	9.984			
X	.334	.035	.636	9.504	.000	.264	.403	.636	.636	1.000

a. Dependent Variable: Y

Diperoleh thitung dari perhitungan regresi sederhana sebesar 9,504 dengan nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi diduga ada pengaruh antara gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan

jasa lembaga bimbingan belajar (LBB) di Surabaya Selatan telah diterima. Jadi variabel gaya hidup *fulfield* terbukti memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di Surabaya selatan.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup *fulfield* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di Surabaya Selatan, dengan nilai koefisien determinasi 0,404. Pengaruh yang terjadi adalah pengaruh positif yang ditunjukkan dari nilai koefisien determinasi yang bertanda positif dan tergolong sedang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat gaya hidup *fulfield* maka akan lebih mempengaruhi keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar.

Dalam penelitian ini gaya hidup *fulfield* diukur dengan menggunakan enam indikator, yang pertama yaitu indikator berorientasi pada prinsip. Dalam hasil penelitian ini, telah diketahui bahwa 57,8% orang tua menunjukkan memiliki sikap berorientasi pada prinsip terutama dalam mengukur pendidikan anaknya. Namun 31,9% orang tua masih memperdulikan pendapat orang lain dalam mengambil keputusan. Jadi walaupun mereka memiliki prinsip sendiri, orang tua dalam kelompok *fulfield* masih tetap memperdulikan pendapat orang tua lainnya dalam hal mencari informasi dan mengevaluasi lembaga bimbingan belajar yang akan dipilih.

Indikator yang kedua adalah memiliki sifat dewasa dan bertanggung jawab, merupakan peran sebagai orang tua dalam memberikan pendidikan pada anaknya. Ketika orang tua sibuk dan tidak memiliki waktu dalam menemani belajar anaknya,

maka orang tua akan melimpahkan tanggung jawabnya pada lembaga bimbingan belajar untuk membantu anaknya dalam belajar demi peningkatan prestasi anak. Hal ini terwujud dalam penelitian ini yaitu sebanyak 48,9% orang tua selalu berpikir terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu, yang artinya sebelum orang tua memutuskan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar maka orang tua akan terlebih dahulu mencari informasi yang jelas tentang lembaga bimbingan belajar yang disesuaikan dengan kebutuhan anaknya terkait proses pembelajaran, buku pedoman, fasilitas, tutor pengajar di lembaga bimbingan belajar tersebut

Selanjutnya untuk indikator ketiga, yaitu menghargai pendidikan. Dalam penelitian ini yang menjadi keinginan dari kelompok *fulfield* yang utama adalah pendidikan. Orang tua akan rela menghabiskan waktu, uang dan tenaga demi untuk mencapai kebutuhan pendidikan bagi anaknya. Terbukti bahwa orang tua sangatlah mementingkan pendidikan bagi keluarga ditunjukkan dengan 59,3% orang tua sangat setuju sekali bahwa pendidikan itu penting. Oleh karena itu untuk mencapai keinginan tersebut maka orang tua selalu mengalokasikan pendapatan perbulannya untuk meningkatkan pendidikan keluarga dimasa depan baik formal dan non formal. Dalam penggolongan pendapatan orang tua, BPS menggolongkan pendapatan masyarakat berdasarkan empat golongan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pendapatan rata – rata orang tua termasuk golongan tinggi dan sangat tinggi. Sehingga mampu mengalokasikan biaya pendidikan bagi anaknya agar mencapai pendidikan tertinggi. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Syafrina (2013) yang menyatakan

bahwa pengaruh tidaknya pendidikan seseorang anak tidak terlepas dari keadaan ekonomi keluarga itu karena mengingat biaya pendidikan yang melambung tinggi, kemungkinan besar masyarakat yang ekonominya rendah akan merasa berat untuk menyekolahkan anaknya ketingkatan lebih tinggi.

Untuk indikator yang keempat yaitu memusatkan kegiatan dirumah, yang artinya ketika orang tua sudah menjalankan kewajibannya dalam mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Maka orang tua tersebut akan lebih memilih menghabiskan waktunya berkumpul bersama keluarga dirumah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sejumlah 61,5% orang tua setuju lebih memilih sering berkumpul dengan keluarga di dalam rumah jika tidak sedang bekerja. Waktu orang tua bekerja setiap harinya dan sibuk dengan pekerjaannya maka orang tua akan melimpahkan tugasnya untuk mengajari anaknya belajar kepada lembaga bimbingan belajar.

Kemudian pada indikator ke lima adalah terbuka pada perubahan terutama perkembangan dunia pendidikan. Banyak orang tua yang selalu berusaha mencari informasi terkini yang terkait mengenai perkembangan dunia pendidikan. Terutama mengenai kurikulum nasional dan standar nilai kelulusan ujian nasional. Untuk memperoleh informasi tersebut didukung dengan tingkat pendidikan orang tua. Dari hasil penelitian menunjukkan pendidikan terakhir orang tua terbanyak merupakan lulusan dari S1 yang artinya orang tua yang mempunyai pendidikan tinggi akan mudah untuk menerima sumber informasi, mudah merubah perilaku, serta memberikan keputusan dalam memberikan

pendidikan kepada anaknya (Dwi, 2013). Ketika dunia pendidikan mengalami perubahan setiap tahunnya dari yang semakin meningkat maka orang tua yang berpendidikan tinggi akan lebih mudah merespon dan mengikuti perubahan tersebut. Karena tingkat pendidikan orang tua akan memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan orientasi pendidikan yang diberikan kepada anaknya. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki oleh orang tua maka akan semakin memperluas dan melengkapi pola berpikir dalam mendidik anaknya terutama untuk meningkatkan pendidikan bagi anaknya.

Indikator yang terakhir adalah membeli produk atau jasa berdasarkan nilai kegunaannya, berdasarkan hasil penelitian sebanyak 47,4% orang tua akan selalu memutuskan pemilihan jasa berdasarkan manfaat yang diperoleh. Selain itu orang tua sebanyak 52,6% akan sangat memperhatikan kelebihan dan kekurangan dari suatu produk atau jasa terutama jasa pendidikan. Oleh karena itu orang tua sangat memperhatikan seberapa banyak manfaat yang akan diperoleh anaknya jika mengikuti lembaga bimbingan belajar. Apakah dengan mengikuti lembaga bimbingan belajar yang sudah dipilih orang tua, prestasi anak akan semakin meningkat atau tidak. Manfaat adanya jasa lembaga bimbingan belajar ini bisa menjadi sangat besar yaitu anak bisa belajar pelajaran yang sulit ditemui di sekolah untuk dipelajari lebih dalam. Anak juga bisa lebih fokus dan perhatian mengikuti proses belajar karena jumlah siswa yang jauh lebih sedikit dibanding jumlah siswa di dalam kelas di sekolahnya (Paris:2013). Maka orang tua akan dituntut lebih selektif dalam proses evaluasi alternatif atau pemilihan lembaga

bimbingan bimbingan belajar yang akan dipilih orang tua. Pemilihan lembaga bimbingan belajar didasarkan oleh beberapa hal, yaitu report kelulusan siswa yang dapat diterima di sekolah negeri atau lulusan SMA yang lulus ujian tes masuk perguruan tinggi negeri setelah mengikuti lembaga bimbingan. Banyak orang menilai keberhasilan dalam pendidikan ditentukan oleh seberapa besar nilai yang didapat dan seberapa bergengsinya lembaga bimbingan belajar sebagai tempat menuntut ilmu.

Dari semua hasil penelitian di atas, sependapat dengan teori yang dikembangkan Arnold Mitchell di SRI (Surveyor Research International dalam Nugroho (2010:84) bahwa karakteristik kelompok yang bergaya hidup *fulfield* sesuai dengan pengukuruan gaya hidup VALS 2 (Value and Lifestyle) adalah Berpendapatan tinggi, memiliki prinsip sendiri, dewasa, bertanggung jawab, menghargai pendidikan tinggi, memusatkan kegiatan dirumah, tetapi terbuka pada gagasan baru dan perubahan. .

Hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan pernyataan Engel (1995:9) bahwa “produk dan jasa diterima atau ditolak konsumen berdasarkan sejauh mana keduanya dipandang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen”. Jadi orang tua yang memiliki gaya hidup *fulfield* akan lebih mempengaruhi keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar karena sesuai dengan kebutuhan gaya hidup orang tua dalam mencapai keinginannya untuk meningkatkan pendidikan bagi anaknya baik bidang pendidikan formal maupun non formal.

PENUTUP

Simpulan

Terdapat pengaruh signifikan antara gaya hidup *fulfield* terhadap keputusan pemilihan jasa lembaga bimbingan belajar di Surabaya Selatan dengan tingkat pengaruh dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,404 atau 40,4%. Dengan tingkat pengaruh yang tergolong dalam kategori sedang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari nilai rata-rata terendah diskripsi jawaban responden yang bergaya hidup *fulfield* menunjukkan bahwa orang tua sangat memperdulikan pendapat orang lain, sehingga disarankan sebaiknya lembaga bimbingan belajar dapat melibatkan orang tua siswa dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelaksanaan program yang ada di lembaga bimbingan belajar. Seperti informasi secara langsung kepada orang tua siswa terkait dengan peningkatan atau kemajuan belajar siswa sehingga orang tua akan lebih mudah menentukan lembaga bimbingan belajar bagi anaknya. Artinya, orang tua memiliki peran yang sangat penting bagi peningkatan kualitas lembaga bimbingan belajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimin: 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Engel, James, F, dkk.2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke enam. Jilid1.Terjemahan oleh

- Budijanto.1995.Jakarta: Binarupa aksara.
- <http://edukasi.kompas.com/read/2013/03/21/16230414/Orangtua.Indonesia.Makin.Peduli.Pendidikan.Ana>)
- Haryanto, dkk. 2014. Jurnal Tesis Pmis-Untan-Pss-2014. *Peran Orang Tua Dalam Upaya Mencapainilai Ketuntasan Anak (Studi Kasus Di Sekolah Dasar Negeri 34 Kecamatan Pontianak Selatan)*. Dalam ejournal. untan.ac.id (online). (<http://jurnal.untan.ac.id/index.php/article/view>, diakses pada tanggal 20 Maret 2014)
- Kotler, Philip.2009. *Manajemen Pemasaran, jilid 2, edisi Tiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, K. Naresh. 2009. *Riset Pemasaran. Edisi dua. Jilid ke dua*. Jakarta: Indeks.
- Mowen, John C. Dan Michael Minor. 2003. *Perilaku konsumen*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Novitasari Dwi P. 2013.Vol.1 *Kontruksi Sosial Peserta Didik Pada Lembaga Bimbingan Belajar*. Dalam ejournal.unesa.ac.id (online). (<http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/tag/1692/makna-lembaga-bimbingan-belajar.pdf>, diakses tanggal 23 Januari 2014.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, Leon G. And Lieslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*. Ninth Edition. New Jersy : Prentice Hall.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian bisnis*. Cetakan Kesebelas. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang.2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2009. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syamsi. 2008. Vol. 5. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan Dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandarlampung*. Dalam ejournal.unila.ac.id (online). Diakses tanggal 20 Februari 2014
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offser
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.